

Bauhausbewegung:

# Von der reinen Lehre zum Packungsdesign

Mit Bauhausfieber könnte das Jahr 2019 überschrieben werden. Zahlreiche Bücher und Ausstellungen buhlen um die Gunst der Kunstinteressierten. Das Deutsche Verpackungs-Museum in Heidelberg hat sich des Themas mit Blick auf die Verpackung angenommen. Hier zeigt Museumsleiter Hans-Georg Böcher Exponate seiner privaten Sammlung. Mit ihm sprach Ute von Buch über die Auswirkungen auf heutiges Packungs- und Markendesign.



Foto: Anne Ackermann

**Hans-Georg Böcher**  
Deutsches Verpackungs-  
Museum, Heidelberg  
[www.verpackungsmuseum.de](http://www.verpackungsmuseum.de)

## Inwieweit hat das Bauhaus die Verpackungsgestaltung beeinflusst?


Der Einfluss des Bauhauses auf die Verpackung betraf zunächst nur Fragen des Grafikdesigns und der typografischen Auslobung von Markenbildern. Der kulturelle Prozess war komplex. Verkürzt gesagt geht es darum, wie sich die 1925 von Laszlo Moholy-Nagy propagierte Neue Typographie als Modetrend ausbreiten konnte. Hierzu musste die revolutionär-politische Dimension dieser Spielart von Design mit neuer, profitorientierter Logik gefüllt werden. Am Ende gab es Konsumgüter, von der Zigarette bis zum Kaffee, die in ihrem Kommunikationsstil den Einfluss von Bauhaus nicht verleugnen können.

## Wie kamen Sie auf die Idee, sich diesem Thema zu widmen?

Ich habe immer schon künstlerisches Packungsdesign gesammelt und besitze die einzige mir bekannte Privatsammlung zu Bauhaus-Design in der Verpackung. Das Thema war im Verpackungsmuseum die logische Weiterführung nach »100 Jahre Deutsche Werkbund-Ausstellung Köln« im Jahr 2014.

## Gibt es heute noch Auswirkungen der Bauhausperiode auf Marken- und Packungsdesign?

Aber ja. Im Grunde genommen ist die gesamte Markenkommunikation im puristischen Stil, welche von Chanel No. 5 über WMF, Leica und Braun-Design bis zum heu-

tigen iPhone Markenbilder mit viel Weißraum gestaltet, von der Neuen Typographie geprägt. Im Markenauftritt war es nach der ersten Technikverliebtheit in die neuen Druck- und Veredelungstechniken um 1900 eine durchaus paradoxe Entdeckung, dass man langsam herausfand: Weniger ist mehr. Die Umsetzung dieser Entwicklung in konkrete Markenarbeit ist mit dem Einfluss und dem gestalterischen Beitrag von Künstlern im Umfeld des Bauhauses verbunden gewesen, von Walter Dexel (WMF), Wilhelm Wagenfeld (Pelikan) bis El Lissitzky (Pelikan). In Holland gestaltete der De Stijl-Künstler Bart van der Leek 1935 eine puristische Standard-Kartonnage für das legendäre Kaufhaus Metz & Co. (Amsterdam und Den Haag). Das minimalistische Design des Künstlers nimmt den Karton des iPhone um Jahrzehnte vorweg. 

## Summary:

The influence of the Bauhaus movement reaches into our time – into brand and packaging design. Hans-Georg Böcher, Head of the Packaging Museum Heidelberg, shows a collection on this topic in a special exhibition.

## Bauhaus populär

Vom Bauhaus ins Kaufhaus: Die Neue Typographie und ihr Einfluss auf das Markendesign – Sonderausstellung im Verpackungsmuseum Heidelberg bis Dezember 2019.

Holzbauspiel des Herstellers

Christian K. Herbart KG um 1928.



Logo der lachenden Kaffeekanne:  
Entwurf von Peter Behrens 1914.  
Dose: Entwurf von Hans Leibelung  
um 1930.



Faltschachtel  
für 25 Zigaretten  
der Reemtsma  
Zigaretten-  
fabrik, Hamburg.  
Entwurf: Wilhelm  
Deffke 1920.